LIMES PLUS
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

NOVI PLURALIZAM ODNOSA: KREATIVNE TEHNOLOGIJE I BAŠTINA

Deo II

KREATIVNE TEHNOLOGIJE ZA ODRŽIVI RAZVOJ

UDK: 338.46:008; 748(497.11)
Pregledni rad

KREATIVNE INDUSTRIJE I KULTURNO NASLEĐE: KREATIVNOST INSPIRISANA TRADICIJOM STAKLARSTVA

***Hristina Mikić*[1]**
Fakultet za menadžment
Univerzitet Metropolitan
Beograd, Srbija

Sažetak: *Rad je posvećen analizi integracije kreativnih industrija u procese zaštite i revitailzacije kulturnog nasleđa na primeru staklarstva. U prvom delu rada diskutuju se osnovni koncepti kreativnih industrija i njihovi razvojni modeli podstaknuti promenama u društveno-ekonomskom okruženju. U drugom delu rada prikazana je kratka istorija privrednog razvoja Paraćina i industrije stakla, sa posebnim osvrtom na staklarstvo kao neželjeno nasleđe, balast i prepreku za lokalni razvoj. U trećem delu rada metodom studije slučaja ilustruju se dimenzije, mogućnosti i izazovi primene kreativnih industrija u revitalizaciji i afirmaciji kulturnog nasleđa na primeru projekta „Digital Glass Serbia".*

Ključne reči: *kreativne industrije, kulturno nasleđe, kreativno preduzetništvo, staklarstvo, digitalizacija, Paraćin*

[1] hristina.mikic@metropolitan.ac.rs.

UVOD

Na početku XX veka ubrzani procesi industrijalizacije nisu zaobišli ni kulturu. Razne inovacije u tehnologiji i produkciji kulturnih sadržaja omogućili su sve veću industrijalizaciju kulture. Iako se može reći da su se protokulturne industrije pojavile još u XV veku, pronalaskom mašine za mehaničko štampanje knjiga uz pomoć prese, one svoj uzlet doživljavaju tehnološkim otkrićima za snimanje, prenošenje i emitovanje slike i zvuka tokom XIX veka. Krajem 40-ih godina prošlog veka kulturna industrije postaje tema i teorijskih polemika o industrijalizaciji kulturnog iskustva i negativnim efektima reprodukcije kulture, naročito putem medija (npr. Adorno, Horrheimer 1947).

Posle Drugog svetskog rata, društvo ulazi u novu fazu razvoja obeleženu masovnom potrošnjom i ubrzanim razvojem prerađivačke industrije. I u kreativnim industrijama se menjaju poslovni modeli, pa se njihov opstanak sve više zasniva na ekonomiji obima, standardizaciji ukusa i masovnoj publici (što se naročito vidi u sferi izdavaštva, filmske, muzičke i televizijske industrije). Sredinom 50-ih godina veliki značaj pridaje se integrisanju kreativnosti u industriju kroz afirmaciju industrijskog dizajna i advertajzinga. Zapadne zemlje vide dizajn kao važan faktor privrednog prosperiteta, ali i element estetizacije političkog marketinga sa ciljem širenja različitih ideologija (Crowley 2008, 13). Pojedini autori ističu da su u Zapadnoj Evropi marketing i industrijski dizajn prihvaćeni zajedno sa finansijskom pomoći SAD u vidu Maršalovog plana, pa su se osim ekonomskih i vojnih ciljeva, širile i kulturne vrednosti i novi načini poslovanja (Rajčić, Mitrović 2017, 22). Društvene i ekonomske promene tog doba, ukrupnjivanje privredne strukture i stvaranje velikih organizacionih i industrijskih sistema dovode do specijalizacije različitih menadžment disciplina. Ni kulturne organizacije ne bivaju izuzete od ovog trenda – sve se više daje na značaju menadžmentu i organizaciji kulturnih poslova i događaja. Kako bi se obezbedile popularizacija i

ekonomizacija kulture, dodatno se insistira na primeni marketinga u kulturi i na njenom otvaranju ka turizmu. Sinergija kulture i turizma bila je vođena ekonomskim argumentima – kultura pruža razne atrakcije, koje mogu podstaći turistička putovanja, a turizam može generisati finansije koje su potrebne za podržavanje kulture (Richards 2016, 32). Tako, sredinom 80-ih godina sastavni deo razvojnog modela kreativnih industrija postaju i razne transferzalne oblasti poput kulturnog turizma.

Industrijaizacija kao primarni model funkcionisanja kreativnih industrija trajala je sve do početka 90-ih godina prošlog veka. Deetetizacija privrede, deregulacija medijskih delatnosti i razne privredne krize nameću drugačiji razvoj globalne ekonomije, ali i njenu polarizaciju. Uspon informaciono-komunikacionih tehnologija menja način rada u mnogim industrijama, dok u kreativnom sektoru brze promene nastupaju lansiranjem telekomunikacionih satelita, koji su označili nastanak ere satelitske i kablovske televizije. U novoj brzorastućoj ekonomiji, prerađivačka i teška industrija se zamenjuju industrijama raznih usluga, digitalne tehnologije i sadržaja. Prvo je njihov razvoj bio podržan velikim ulaganjem kapitala u hardver, a kasnije to postaju investicije i inovacije u softverska rešenja. Poslovni modeli se menjaju i počinju da se zasnivaju na skaliranju (brzom povećanju prihoda uz iste troškove). Fascinacija „društvom nultih marginalnih troškova" (Rifkin 2014) dovodi do opsednutosti jeftinim informacijama i podacima i osmišljavanja raznih tehnoloških alata za njihovu obradu i distribuciju, kako bi se lako stvorili novi digitalni sadržaji i brzo dopremili do korisnika.[2] U sferi kreativnih industrija dolazi do promene u načinu stvaranja vrednosti. Postepeno se marginalizuju stvaralaštvo i društvene prakse koje pozivaju na razmišljanje, preispitivanje i učenje, a promovišu prakse koje se temelje na „industrijalizovanoj" kreativnosti.[3] Procesi polarizovanog razvoja kreativnih industrija sve su izraženiji i u

[2] O ovom fenomenu videti više: Hodgson 2020; Voshmgir 2020.

[3] O fenomenu industrijalizovane kreativnosti i njenom nepovoljnom uticaju na razvoj kreativnog sektora videti više u: Mikić 2022.

njima se „kreativna" periferija (poput Srbije) vidi u razvojnom ključu „servisnih usluga". Uporedo sa terminom kreativne industrije pojavljuje se i kovanica „industrije sadržaja" kako bi se zamaglila granica između stvaralačke izvrsnosti i repetitivno oblikovanih digitalnih sadržaja, koje stvaraju softveri i veštačka inteligencija. Masovni kulturni turizam gubi značaj „postajući žrtva svog uspeha" (Richards, Reymond 2000, 2), te počinju da se traže novi načini da se ova oblast inovira i dublje integriše sa nematerijalnim nasleđem i lokalnom kreativnošću, a jedan od puteva vidi se u razvoju kreativnog turizma.

Poslednjih desetak godina unutar ovog (po svemu sudeći negativnog) modela razvoja kreativnih industrija koji, promovisanjem pseudopristupa kulturi,[4] zapravo utemeljuje „tehnofeudalizam" (Bellemare 2020) rađa se i nekoliko obećavajućih pojava. One započinju donošenjem Konvencije o zaštiti i promociji raznolikosti kulturnih izraza (UNESCO 2007) i afirmisanjem kreativnog preduzetništva u širem kontekstu razvoja. Ovaj UNESCO razvojni okvir ne negira kreativnu ekonomiju i vidi je kao način povezivanja kreativnosti, kulture i ekonomije, ali se fokusira na njen kvalitet, održivost i očuvanje i podsticanje raznolikosti kulturnih izraza. Tako od primarnog značaja postaju premijum kreativni sadržaji, proizvodi i iskustva, njihova izvrsnost i originalnost, kulturna lokalizacija i participativnosti, što kulturnom nasleđu daje centralno mesto. Ono postaje narativna i društvena infrastruktura za razvoj kreativnog sektora. Neka vrsta baze znanja za bolje razumevanje prošlosti, sadašnjosti i budućnosti u kojoj savremeno stvaralaštvo i kreativno preduzetništvo mogu naći inspiraciju, resurse za novo čitanje i interpretaciju nasleđa.[5] Opisani procesi nisu jednosmerni, već se moraju promišljati kao sinergija kreativnosti i tradicije, gde se resursi, znanja i modeli rada iz kulturnog nasleđa i kreativnih industrija udružuju radi ostvarivanja nekih zajedničkih

[4] Koji se ostvaruje platformizacijom kulturnog stvaralaštva i masovnom digitalizacijom kulture.

[5] Videti: Barrère 2013; Heritage Alliance 2019; Rypkema, Mikić 2016.

ciljeva. U ovoj strateškoj alijansi, dejstvo kreativnih industrija na nasleđe može se videti u njegovoj boljoj zaštiti i afirmaciji, očuvanju kulturnih vrednosti i jedinstvenog kulturnog konteksta, adaptiranju poslovnih modela i monetizacije u funkciji bolje ekonomske održivosti nasleđa, odnosu sa zajednicom i njenom učešću u kokreiranju kulturnog iskustva. Nasuprot pozitivnim stranama integracije kreativnosti i tradicije, javlja se i niz opasnosti i mogućih negativnih posledica. Možda je najveća od njih instant „kreativizacija" nasleđa, njegova popularizacija zasnovana na pseudoistraživanjima i preterano insistiranje na tome da ono bude spektakularno i „zabavno" (po svaku cenu), što se uglavnom dešava u onim sredinama gde su ustanove zaštite izgubile društveni dignitet, a od kreativnih industrija se očekuju brza rešenja za „dosadne" kulturne programe. Ovakvoj situaciji neretko doprinose i same ustanove zaštite, ne želeći da se promene, preispitaju svoju ulogu i pristupe u zaštiti i afirmisanju nasleđa. Konzervativnost, elitizam, samodovoljnost i nezainteresovanost, često prisutne u ovim organizacijama, neretko su uzrok da se nasleđe tretira i u ovoj drugoj krajnosti, i paralelno od sistema zaštite.

PRIVREDNI RAZVOJ PARAĆINA I STAKLARSTVO

Dobijanje ekonomske nezavisnosti od Turaka u XIX veku označilo je novu epohu u traganju za modelima razvoja nacionalne ekonomije u Kneževini, potom Kraljevini Srbiji. Taj put nije bio nimalo lak. Oskudevalo se u obrazovanoj radnoj snazi i domaćem kapitalu, poljoprivreda je zavisila od izvoza primarnih proizvoda u Austrougarsku i bila vezana nepovoljnim trgovinskim sporazumima, nerazvijena putna infrastruktura otežavala je razvoj trgovine, dok se uspostavljanje ekonomskih institucija odvijalo sa manje ili više uspeha.

Pojedine oblasti, poput Pomoravlja, koje su imale dobru geostratešku poziciju i nalazile se u blizini sirovinske baze (prirodnih, rudnih i vodnih resursa) smatrane su povoljnim investicionim lokacijama. Tako

se i Paraćin, tokom XIX veka, ekonomski razvijao zahvaljujući trgovini ovcama, vunom i svinjama, izgradnji mlinova, potom dobijanju statusa glavnog štaba za snabdevanje vojske kralja Milana Obrenovića (Mikić, Radonjić-Živkov 2021). Krajem XIX veka značajan ekonomski događaj u životu ove varoši bilo je pokretanje „Kraljevske povlašćene industrije čohe, sukna, abe, vunenih štofova i pletiva braće Minh". Bila je to prva strana direktna investicija u industrijalizaciju Srbije, odobrena po tek usvojenoj regulativi o potpomaganju industrijskih preduzeća. Unapređenje ekonomije menjalo je i društvenu strukturu Paraćina – osnivaju se prve škole, kulturna društva, a gradsko stanovništvo čine imućni zemljoradnici, trgovci i činovnici. Izgradnja železnice do Niša, koja je puštena u rad 1884. godine, omogućava Paraćinu dobru povezanost i dalji privredi razvoj.

Razvoj staklarstva u Kneževini Srbiji započeo je pionirskim poduhvatom Avrama Petronijevića, državnika i ministra inostranih poslova. Radeći tokom mladosti kao trgovački pomoćnik u Beču, stekao je preduzetničke sklonosti i veštine, ali i uvid u trgovinska kretanja. Njegov prvi veći poslovni poduhvat bilo je pokretanje staklare na prostoru između sela Miševića i Belice, koja je kasnije dobila ime Avramovac.[6] Pokretanje proizvodnje stakla bilo je za to vreme veoma rizičan poduhvat, imajući u vidu da su u ovoj industriji retko uspevali i iskusni preduzetnici u zapadnim zemljama, gde je staklarstvo imalo dužu tradiciju. Uzrok tome bio je sezonski karakter ove industrije, kompleksna tehnološka osnova proizvodnje i energetski resursi neophodni za njeno pokretanje. Fabrika je počela da radi 1846. godine, pretežno je proizvodila ravno staklo, a u manjem obimu i šuplje (čaše, boce i tacne). Prestala je da radi 1852. godine, posle smrti Petronijevića. Ni njegovi naslednici, a kasnije ni država koja je fabriku preuzela, nisu uspeli da obezbede ponovno pokretanje proizvodnje, te su mnogi drugi preduzetnici oklevali da se upuste u ovu delatnost, plašeći se da će doživeti sličan neuspeh.[7] Tako je kod nas najveći

[6] O Petronijevićevom životu i poslovnoj karijeri videti više u: Popović 2012.

[7] O razvoju staklarstva kod nas videti više u: Đurić 1985.

deo tražnje za staklom podmirivan iz uvoza. Staklo se uvozilo iz onih zemalja gde su postojali niski troškovi njegovog transporta, a to su bile Austrija i Češka, dobro povezane rečnim saobraćajem sa Srbijom. Nakon dvadeset godina, tačnije 1886. godine, pokrenuta je nova fabrika stakla u Jagodini. Njen osnivač je bio Nacko Janković, jagodinski trgovac. Ona je, za razliku od prethodne, bila fokusirana na proizvodnju šupljeg stakla.[8] Poslovala je skoro 20 godina, ali su je zadesili slični izazovi – potreba za osavremenjavanjem proizvodnje i velike kapitalne investicije neophodne da se to sprovede, te je zatvorena početkom XX veka. Poslednju fabriku stakla u predratnom periodu osnovao je Milivoje Popović, beogradski trgovac staklom. Bila je to Srpska fabrika stakla u Paraćinu. Podignuta je tokom 1907–1908. na mestu tekstilne industrije braće Minh koja je delimično izgorela u požaru 1904. godine. Sačuvana fabrička infrastruktura, naročito parna centrala, olakšala je pokretanje proizvodnje stakla.

Od tada do danas fabrika je često menjala vlasnike. Tokom 1911. godine vlasništvo nad njom preuzima Beogradska zadruga i započinje proces njene modernizacije. Međutim, povoljne razvojne tendencije često su zaustavljali ratovi, nepovoljni trgovinski sporazumi i kompenzacioni aranžmani i konstantan nedostatak radne snage za rad u staklarskoj industriji. Po isteku povlastice, tokom 1928. godine, Srpsku fabriku stakla preuzimaju braća Abel, i tako postaju vlasnici svih staklara na teritoriji Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca, potom Kraljevine Jugoslavije. Oni je pridružuju svom konzorcijumu „Sjedinjenim tvornicama stakla“ i sprovode najveću specijalizaciju industrije stakla na teritoriji Kraljevine Jugoslavije. Srpska fabrika stakla postaje najznačajnija fabrika za proizvodnju luksuznog šupljeg stakla za ugostiteljstvo i ambalaže za Vardarsku, Moravsku i Zetsku banovinu. Fabrika beleži značajan razvoj, ali ga delimično usporava prvo agrarna kriza početkom 30-ih godina prošlog veka, a potom izbijanje Drugog svetskog rata.

[8] Videti više: *Ibidem*.

Posle Drugog svetskog rata fabrika je konfiskovana i postala je državo preduzeće. Ukrupnjavanje nacionalizovane industrije odvijalo se po modelu planske privrede, a razvoj staklarstva bio je definisan petogodišnjim planovima razvoja. Fokus novih vlasti bio je na automatizaciji proizvodnje, povećanju produktivnosti i što većem obimu proizvodnje ambalažnog stakla. Otvorene su nove fabrike ili pogoni u Zaječaru, Alibunaru, Prokuplju, Straži i Skoplju. Opsluživali su potrebe jugoslovenskog tržišta, ali je proizvodni proces bio zaokružen samo u Paraćinu. Srpska fabrika stakla bila je u Jugoslaviji najveća po broju zaposlenih (i do 4.600) i po proizvodnji, koja je činila skoro 50% ukupne jugoslovenske proizvodnje (Ekonomski biro 1972). Ponos i nada radničkog samoupravljanja, zaštićena od konkurencije i finansirana povoljnim državnim kreditima, sve do kraja 70-ih godina bila je primer uspešnosti radničkog samoupravljanja. Međutim, početkom 80-ih godina razvoj domaće privrede oslonjen na inostranu akumulaciju dovodi do ekonomskog nazadovanja, smanjuju se produktivnost rada i zarade, opadaju radna motivacija i učinak, a snižavanje kreditnog rejtinga zemlje uzrokuje finansiranje investicija iz komercijalnih (nepovoljnijih) kredita, što dodatno ubrzava spiralu ekonomske krize (Vuković 2011).

Srpska fabrika stakla, deleći sudbinu s nacionalnom ekonomijom, pokušava da se okrene u većoj meri izvoznim tržištima i inoviranju proizvodnog asortimana, ali u tome uspeva samo delimično. Nedugo nakon toga uvode se međunarodne sankcije i domaća ekonomija biva izolovana od sveta. Fabrika stakla preživljava ovaj period plasiranjem ambalažnog stakla na domaće tržište. Krajem 90-ih godina prošlog veka dolazi do nove vlasničke transformacije i pokušaja da se uvede radničko deoničarstvo. Ovaj period za Srpsku fabriku stakla nije bio uspešan, i ona je od jugoslovenskog giganta polako postajala tranzicioni gubitnik. Smanjuje se broj zaposlenih, gube se mnoga izvozna tržišta usled nemogućnosti da se isprate sve tehnološke promene u industriji staklarstva, a određeni proizvodni pogoni postaju nekonkurentni. Od demokratskih promena,

2000. godine, bilo je nekoliko pokušaja da se nađu strateški partneri i izvrši njena privatizacija, ali bez uspeha. Postojeći model organizacije fabrike sa pet različitih proizvodnih pogona bio je neprimamljiv potencijalnim kupcima, jer su velike međunarodne fabrike još sredinom 90-ih godina počele da se specijalizuju za određenu vrstu stakla i povećavaju svoju konkurentnost prema proizvodnim linijama. Za razliku od njih, paraćinska fabrika je i dalje pokušavala da nađe strateškog partnera za diverzifikovanu proizvodnju stakla – ambalažno, šuplje i trgovačko, optičko, laboratorijsko i staklo za specijalne namene, a potencijalnih investitora za ovakav poduhvat nije bilo. Čak i kada se činilo da je moguća njena reorganizacija, osujećivale su je loše poslovne odluke i upliv države u njeno upravljanje.

Dugačka istorija poslovanja i svi pomenuti izazovi činili su da nasleđe Srpske fabrike stakla ima oprečna značenja i da zajednica u njemu vidi različite poruke. Ipak, prevagu su odneli negativni narativi iz skorije prošlosti i oni su imali dominatan uticaj na oblikovanje kolektivnog sećanja. Neprijatne emocije bile su dodatno zamagljene nepotpunim uvidom u uspone i padove ove fabrike, romantizacijom samoupravnog perioda u njenom razvoju i nostalgijom za nekim „boljim i lepšim" vremenima, bez kritičkog preispitivanja da li su ona bila dugoročno održiva i koja je njihova cena. Dodatno, teme poput privatizacije i pokretanja nove proizvodnje u ovoj fabrici postale su nepopularna politička pitanja. Razgovori o fabrici izazivali su polemike, optužbe i osude i često su se završavali traženjem krivca za njenu sudbinu. Lokalne strukture vlasti izbegavale su da se suoče sa ovim pitanjima i marginalizovale su ne samo njenu ulogu u sadašnjem privrednom razvoju Paraćina nego i aktivno sećanje na industrijsko nasleđe staklarstva koje je ova fabrika baštinila duže od 100 godina. Tako je nasleđe fabrike postalo teret a ne inspiracija za razvoj grada i prostor za bolje razumevanje sadašnjosti i izvlačenje pouka za budućnost.[9]

[9] Slično stanovište pratilo je i čitavo privredno nasleđe Paraćina izazivajući često negativne emocije i osude. Naime, paraćinske fabrike karakterisala je kadrovska politika zasnovana na principu „nasleđivanje generacija". Najveći broj radnika poticao je iz

Ovakvom stanju pogodovale su i česte promene vlasničkih odnosa i poslovanja, ali i postojeća muzejska praksa čineći ovo nasleđe „neželjenim". Ovde je posebno interesantan fenomen glorifikacije stakla u muzejskim zbirkama u Srbiji (naročito onih predmeta rađenih za vladarske porodice i političke ličnosti), dok se staklo Srpske fabrike stakla doživljava kao drugorazredno, „kopirano", bez značenja i vrednosti u odnosu na staklo rađeno u stranim radionicama za srpske naručioce koje je najbolje, jedinstveno i najvrednije.[10] S druge strane, promene u globalnom razvoju industrije stakla uslovile su da mnoge veštine poput ručnog oblikovanja stakla budu stavljene u drugi plan, a da automatizovana proizvodnja stakla postane primarni motor opstanka ove industrije. Slična situacije je zadesila i pogon za ručno i trgovačko staklo u paraćinskoj fabrici, koji je zbog nedovoljne rentabilnosti zatvoren oko 2013. godine, dok je industrijska proizvodnja ambalaže nastavila s radom. Zbog toga je postojala opasnost da deo nematerijalnog nasleđa bude zaboravljen. Dodatan rizik u zaštiti ovog industrijskog nasleđa bio je i izostanak njegovog dokumentovanja i vrednovanja. Značajan deo stakla iz predratnog perioda izgoreo je početkom 60-ih godina prošlog veka, kada je fabriku zadesio požar. A nekoliko pokušaja početkom 90-ih godina da se ovo nasleđe sačuva i učini dostupnim javnosti osnivanjem muzeja staklarstva nije doživelo realizaciju.[11]

---

istih porodica i ceo svoj radni vek proveo je u ovim preduzećima. U slučaju staklare, većinu staklara i drugih radnika činile su i do tri generacije iz iste porodice. Akumuliranje socijalnog kapitala na ovaj način uslovilo je drugačiji odnos zaposlenih prema fabrici i njenom razvoju. Zaposleni u staklari smatrali su fabriku „drugom kućom", a ta jaka emotivna povezanost predstavljala je i veliki izazov prilikom njene vlasničke transformacije. Tako je gubitak radnog mesta bio manje značajan od mnogo izraženijeg simboličkog gubitka „druge kuće", što je čest uzrok bučnih rasprava o njenom razvoju. Videti više: Mikić, Radonjić-Živkov 2021, 28–30.

[10] Videti na primer: Cvetković 2002; Marinković 1985; Vujinović 2002; Popovac-Kostić 2002; Pretraživač kulturnog nasleđa Republike Srbije https://kultura.rs; personalna komunikacija autora sa muzejskim stručnjacima i terensko istraživanje stakla u domaćim muzejima tokom 2021. godine.

[11] O ovim inicijativama videti: *Naše staklo* (1995) i Dopis Zavičajnog muzeja Paraćin za prikupljanju alata i predmeta od stakla za muzej stakla u osnivanju (1991) – Fond „Srpska fabrika stakla" Zavičajni muzej Paraćin.

Nepostojanje fizičkih predmeta za muzejsku struku često je bio ograničavajući faktor da se sistematično bave paraćinskim staklom.[12] S druge strane, stari i neusaglašeni Zakon o stečaju, privatizaciji i zaštiti kulturnih dobara uzrokovao je otežan pristup građi koja se nalazi u fabrikama u „vlasničkoj transformaciji", te se dokumentovanje staklarske tradicije sprovodilo parcijalno i fragmentisano. Ni institucionalno sećanje fabrike nije doživelo bolju sudbinu.

Živih svedoka je sve manje, a dokumentovanje ekonomskih uspeha i izazova u radu fabrike koji su sačuvani zahvaljujući fabričkom časopisu *Naše staklo* i monografijama (publikovane povodom značajnih jubileja fabrike) sadrže u značajnoj meri ideološku ostrašćenost, romantizuju samoupravljanje ili glorifikuju uspehe rukovodećih funkcionera. Tako je nasleđe staklarstva u Paraćinu najčešće predstavljano između dve krajnosti – teškog industrijskog rada staklara i njihovog ličnog odricanja u korist razvoja fabrike i društvene sigurnosti samoupravljanja koja svima obećava bolji život.

„DIGITALNO STAKLO SERBIJE": KREATIVNE INDUSTRIJE U FUNKCIJI REVITALIZACIJE STAKLARSTVA U PARAĆINU

Program „Digitalno staklo Srbije" (engl. *Digital Glass Serbia*) pokrenut je u 2021. godini. Zasnovan je na povezivanju kreativnog preduzetništva i kulturnog nasleđa kroz digitalnu memoralizaciju i zaštitu nasleđa Srpske fabrike stakla u Paraćinu i podsticanje kreativnosti inspirisane staklarskom tradicijom. Projekat se sastoji od nekoliko međusobno povezanih komponenti: istraživanja, dokumentovanja i vrednovanja staklarske tradicije,

[12] Sa sličnim reakcijama susretala se i inicijativa „Digitalno staklo Srbije", gde se često nedostatak fizičkih predmeta smatrao manjkavošću za njegovu zaštitu kroz digitalizaciju, a integrisanje eksperimentalne muzeologije i kreativnih industrija doživljavalo kao pretnja uspostavljenom redu u ustanovama zaštite i muzejskoj praksi.

digitalne prezentacije, revitalizacije nematerijalnog nasleđa i buđenja kreativnosti inspirisane tradicijom staklarstva.

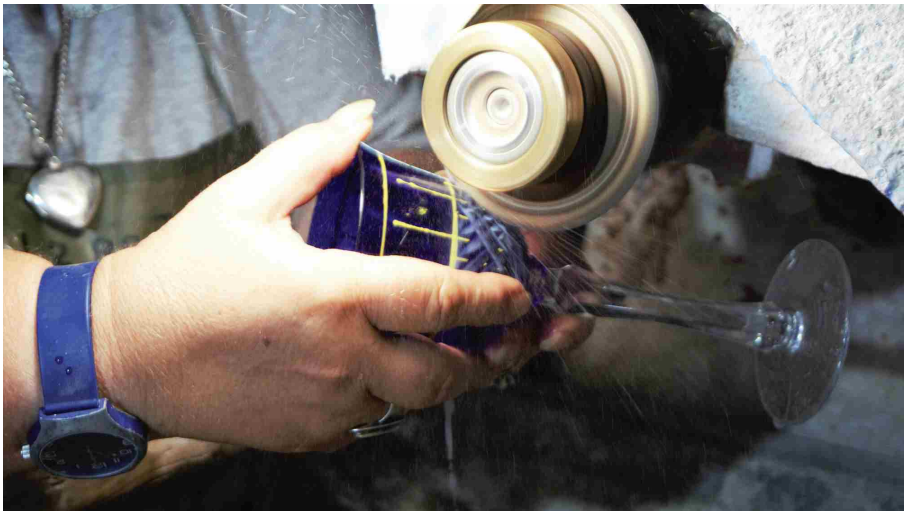
U prvoj fazi njegovog sprovođenja aktivnosti su bile posvećene preventivnoj zaštiti stakla kroz sistematizaciju i stvaranje digitalne građe o staklu i pokretanju platforme „Digitalno staklo Srbije". Među staklarima postoji verovanje da ručnim duvanjem stakla nastaju predmeti sa dušom, jer stakloduvači duvanjem vazduha u oblikovanje staklene mase unose svoju duh. Inspirisana time, platforma predstavlja bestelesnu esenciju „života" paraćinskog stakla i zamišljena je kao osnovni okvir za njegovo početno razumevanje i afirmaciju kroz sve periode postojanja i njihove karakteristike.

Druga faza projekta, obuhvata različite aktivnosti na revitalizaciji staklarske prakse kroz kreativno preduzetništvo, digitalnu i primenjenu umetnost i čulno iskustvo nasleđa. Neke od njih odvijale su se paralelno s radom na digitalizaciji, poput radionica za redizajn starog paraćinskog stakla i njegovu ponovnu upotrebu ili radionice o razvoju, istoriji i tehnikama aranžiranja cveća i staklenim posudama za te namene.[13] Imajući u vidu da revitalizacija staklarstva na ovaj način može da dovede i do fetišizacije samog nasleđa i nesmotrenog fokusiranja na njegovu formu i estetiku umesto na vrednosti i značenje, radionički deo odvijao se pažljivo uz aktivnu promociju i edukaciju o staklarskom nasleđu.

Integrisanje kreativnih industrija kroz projekat „Digitalno staklo Srbije" odvija se na četiri nivoa: u domenu korišćenja digitalnih tehnologija, primeni interdisciplinarnog pristupa u vrednovanju kulturnog nasleđa i kreiranju digitalnog iskustva, i na nivou poslovnog modela i ekonomske održivosti.

Korišćenje digitalnih tehnologija koje su razvijene ili se koriste u kreativnim industrijama obuhvata digitalne audio-vizuelne alate i gejming okruženje sa ciljem rekonstrukcije, kontekstualizacije i animacije predmeta

[13] Ove radionice održane su tokom 2021. godine u okviru programa „Podsticanje kreativnog preduzetništva u Pomoravlju" namenjenog mapiranju, valorizaciji i unapređenju kapaciteta kreativnog preduzetništva u ovom regionu. O mogućnostima i iskustvu rada na kreativnom preduzetništvu inspirisanom kulturnim nasleđem videti više u: Mikić 2021.



Slika 1. Biljana Đorđević, graverka, u procesu grviranja iberfang kristala, 2022. (fotografija: Institut za kreativno preduzetnistvo i inovacije)

od stakla. Za više od 80 predmeta izvršena je rekonstrukcija tehnikom digitalnog 3D modelovanja za šta su poslužile sačuvane tehničke skice i crteži, a potom je njihova vizuelna prezentacija kreirana kroz digitalnu scenografiju i kompjutersku animaciju.[14] Većina predmeta nije predstavljena samo dokumentarnom muzejskom fotografijom već i različitim vizuelnim materijalima koji pojačavaju interpretaciju ovih predmeta. Na taj način, predmeti prestaju da budu samo digitalne „muzejske" kopije, već postaju prenosioci ideja i značenja. Uz to, za određeni broj predmeta izvršeno je video dokumentovanje različitih tehnika dekoracije stakla poput šlifovanja, graviranja i ecovanja, kako bi korisnici platforme mogli da se upoznaju s načinom izvođenja ove tehnike na staklu, ali i da se sami oprobaju u nekoj od njih. Postupak digitalizacije pratili su brojni izazovi. Pre svega, staklo je prozirino i veliki je izazov napraviti njegov realan izgled usled izražene refleksije, ali i promena u boji stakla koje

[14] Platforma, osim digitalnih rekonstrukcija, sadrži i više od 40 digitalizovanih predmeta iz proizvodnog opusa Srpske fabrike stakla koji se nalaze u privatnom vlasništvu, zbirkama lokalnih ustanova kulture i u svojini njihovih stvaralaca (staklara, njihovih potomaka, dizajnera).

Slika 2. Servis za liker i rakiju „Morava“ (1930. godina),
Srpska fabrika stakla, Paraćin (rekonstrukcija: Milica Tomić)

nastaju od različitih sirovina koje su se koristile u njegovoj proizvodnji.[15] Zatim, bilo je neophodno ujednačiti prezentacije digitalizovanih predmeta koji postoje u fizičkom obliku i onih koji su rekonstruisani (u smislu senke, sjaja, topline svetlosti, teksture i boje i slično), a potom osmisliti interaktivne animacije koje bude radoznalost kod korisnika i podstiču saznajne procese i sećanja, a ne puku internet zabavu.

Kreiranje digitalnog iskustva i primena intedisciplinarnog pristupa u vrednovanju stakla bio je najkompleksniji zadatak ovog projekta. Centralni fokus platforme nije na predmetu od stakla kao takvom, već na širem kontekstu. Tako digitalni predmeti od stakla prenose sećanja na njihovog vlasnika, stvaraoca, dizajnera, društvene odnose u kojima su se

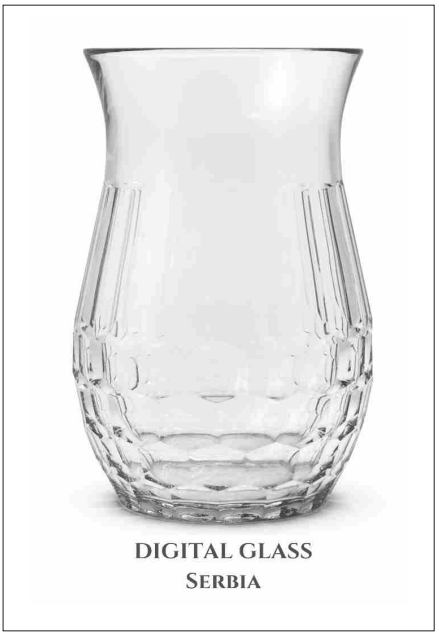
[15] Tako na primer, sivkasto staklo karakteristično je za XIX vek i početak XX veka i nastalo je usled nečistoća sirovina i prašine od uglja koji se koristio za loženje lonaca za topljenje stakla. Savemeno staklo je blistavo i sjajno s obzirom na to da se tretira hemijskim sredstvima i polira mašinski. Sve te nijanse u teksturi stakla morale su biti ispoštovane i u digitalnim modelima.

Slika 3. Časa za vino, iberfang kristal (kraj 90-ih godina XX veka), Srpska fabrika stakla, Paraćin (fotografija: Filip Stefanović)

upotrebljavali, kulturne i ekonomske okolnosti u kojima su nastajali i slično. Interdisciplinarnost se pojavila kao logičan pristup dolaženju do saznanja o životu tih predmeta kroz memoralizaciju njihove javne, privatne, kolektivne, lične, kulturne i ekonomske funkcije. Dovodeći u pitanje postojanje predmeta i njegovu autentičnost kao osnovno sredstvo za razumevanje nasleđa,[16] narativi koji oblikuju sadržaj na platformi su višeslojni. Cilj je da se kroz novo sećanje na prošlost uspostavi bolji odnos sa sadašnjošću i izvuku pouke za budućnost, ali i omogući zajednici da učestvuje u daljem stvaranju nasleđa staklarstva i njegovom značenju. Zbog toga vrednovanje predmeta nije primarno fokusirano na digitalno pohranjivanje preobimnih arhivskih sadržaja (iako oni čine polaznu tačku u ovom pristupu), već na njihovu interpretaciju, kontekstualizaciju i doživljavanje raznolikih iskustva i osećanja (nostalgija, uzbuđenost, sreća...) koje mogu da evociraju.

[16] Opsežnu diskusiju o ovoj problematici i fascinaciji predmetom videti u: Krstović 2015; Gavrilović 2007.

Slika 4. Čaša stolovata za vino
(60-te godine XX veka),
Srpska fabrika stakla, Paraćin
(fotografija: Institut za kreativno
preduzetništvo i inovacije)



Slika 5. Matkur čaše za čaj
(1930. godina),
Srpska fabrika stakla, Paraćin
(rekonstrukcija: Milica Tomić)

Izloženost različitim senzacijama i tehnološkim fascinacijama smanjuje senzorne funkcije publike. Namesto agresivnosti tehnologije, koja saznajno iskustvo može da pretvori u spektakl, u kreiranju platforme vidljiv je pristup koji nežno i lomljivo staklo suptilno „oživljava". Digitalno iskustvo bazirano je na nelinearnom pripovedanju (gde korisnik sam kreira svoju priču i značenje nasleđa) i agilnom digitalnom interfejsu. Dodatni sadržaji, poput digitalne antistres bojanke, kviza „Koji si stil u staklu?" namenjenom razvijanju kulture upotrebe stakla i bloga „Tvoja nostalgija od stakla" gde korisnici mogu deljenjem svojih ličnih predmeta od stakla da direktno učestvuju u stvaranju nasleđa, samo su neki od sadržaja koji pomažu da platforma uvek bude dinamična i da okupi digitalnu zajednicu publike s kojom je u stalnoj komunikaciji, da je provocira i podstakne da istražuje ono što je interesuje o staklarstvu.

Poslovni model i ekonomska održivost utemeljeni su na LEAN metodologiji razvoja projekata, pilotiranju osnovnog prototipa i njegovom testiranju kako bi se došlo do krajnjeg digitalnog sadržaja. Ekonomska održivost planirana je u nekoliko linija: generisanjem prihoda od interaktivnih radionica sa staklom za privredu, prilagođavanjem 3D modela stakla koji se mogu koristiti u dizajnu enterijera, kreiranjem NFT kolekcije „Digitalno staklo Srbije", onlajn prodavnice za razmenu i prodaju polovnog i redizajniranog stakla, (re)dizajniranje vintage kolekcija stakla i Laboratorije za kreativno staklo – programu radionica i obuka za oslikavanje, dekoraciju i oblikovanje stakla.

ZAKLJUČAK

Integrisanje kreativnih industrija i kulturnog nasleđa u oblasti staklarstva na primeru projekta „Digitalno staklo Srbije" pokazuje da povezivanje kreativnosti i tradicije može biti efikasno sredstvo u zaštiti i revitalizaciji kulturnog nasleđa kako na kulturnom, tako i ekonomskom nivou. Da bi se ovim aktivnostima ostvarivao opšti interes u kulturi (što bi trebalo da bude osnovni cilj ovakvih inicijativa), neophodno je pristupiti im sistemski, fokusirano i sa jasnim ciljem šta se želi postići sinergijom nasleđa i kreativnih industrija. Važno je voditi računa da se ne banalizuju vrednosti i funkcije nasleđa i da ono ne postane resurs lokalne industrije zabave. Često smo svedoci (a mnoštvo je primera iz našeg neposrednog okruženja u oblasti turizma) da kada se kulturno nasleđe tretira kao razvojni resurs, ono često može postati predmet zabave, instant događaja i spektakla. Mnogo je slučajeva gde se neadekvatnim pristupom u interpretaciji kulturnog nasleđa preuveličavaju, pogrešno interpretiraju, izmišljaju i dodaju razni pseudoelementi ne bi li se kulturno nasleđe učinilo fascinantnijim i spektakularnijim. Ovakvi pristupi često se etiketiraju kao „saradnja s kreativnim industrijama", a posebno je zabrinjavajuća situacija da u poslednje vreme čak i državni planeri insistiraju na brzoj

i površnoj „kreativizaciji" nasleđa,[17] kako bi se dokazala nekakva „društvena" funkcija kreativnih industrija u očuvanju nasleđa i posledično našli argumenti za finansiranje komercijalnih aktivnosti u kreativnom sektoru. Takav pristup može dovesti ne samo do fetišizacije samog nasleđa i fokusiranja na njegovu formu i estetiku nego i do njegovog pretvaranja u „industriju" spektakla. Integrisanje kreativnih industrija i nasleđa treba razumeti kao „mač sa dve oštrice" i zahteva kompleksna, strukturisana i zajednička istraživanja sa zajednicom o slojevima, vrednostima i značenju nasleđa, pripremljenost ustanova zaštite za ovakve projekte, kao i strateško promišljanje kako na najbolji način i što sofisticiranije povezati kreativnost i tradiciju.

BIBLIOGRAFIJA

Arhivski fondovi

Arhivski fond „Srpske fabrike stakla" a. d. Paraćin.
Fond „Srpska fabrika stakla", Zavičajni muzej Paraćin.

Literatura

Adorno, T., Horrheimer, M. 1947. *Dialektik der aufklarung*. Amsterdam: Querido Verlag.

Barrère, C. 2013. „Heritage as a basis for creativity in creative industries: The case of taste industries". *Mind & Society* 12: 167–176.

Bellemare, M. 2022. *Techno-Capitalist-Feudalism.* Blacksatin Publications.

Crowley, D. 2008. *Cold War Moder Design 1945–1970*. London: V & A Publishing.

Cvetković, B. (ur.) 2002. *Knjiga o staklu: zbornik radova sa simpozijuma „150 godina staklarstva u Srbiji".* Jagodina: Zavičajni muzej Jagodina.

Đurić, J. 1985. *Staklo u Srbiji u XIX veku.* Beograd: Muzej primenjene umetnosti.

Ekonomski biro. 1971. *Razvoj industrije šupljeg staka u SR Srbiji i SR Makedoniji (knjiga I).* Beograd: Ekonomski biro.

[17] Česti primeri su pink osvetljenja na kulturnom nasleđu, laseri i različiti neonski svetlosni efekti, vatrometi i drugi pirotehnički efekti uz prateću tehno muziku i atmosferu iz noćnih klubova. Ovako kreirana „pojavnost" kulturnog nasleđa u duhu industrije zabave predstavlja samo mimikriju integrisanja kreativnih industrija u oblast kulturnog nasleđa koje ima svrhu i smislene ciljeve.

Gavrilović, Lj. 2007. *Kultura u izlogu: Ka novoj muzeologiji*. Beograd: Etnografski institut SANU.

Heritage Alliance. 2019. *Inspiring Creativity, Heritage & The Creative Industries.* London: Heritage Alliance.

Hodgson, T. 2020. „Spotify and the democratiosation of music". *Popular Music* 40(1): 1–17.

Kostić-Popovac, Lj. 2002. „Predmeti od stakla iz zbirki i legata Muzej grada Beograda". U: Cvetković, B. (ur.) *Knjiga o staklu*: *zbornik radova sa simpozijuma „150 godina staklarstva u Srbiji"*, 97–114. Jagodina: Zavičajni muzej Jagodina.

Krstović, N. 2015. „Mir! U muzeju ste". *Glasnik Etnografskog muzeja* 79: 9–21.

Marinković, Z. 1985. *Porecelan i staklo.* Beograd: Muzej grada Beograda.

Mikić, H. 2021. „Kreativno preduzetništvo na lokalnom nivou: iskustva iz Pomoravlja". *Interkulturalnost* 22: 84–92.

Mikić, H. 2021a. *Kreativno preduzetništvo & kulturno nasleđe: kreativnost inspirisana tradicijom.* Beograd: Institut za kreativno preduzetništvo i inovacije.

Mikić, H. 2022. „Ka kreativnoj ekonomiji za 21. vek: Balans ekonomije i kulture". U: Mickov, B. (ur.) *Kultura oblikuje budućnost: Inovacije*. Beograd: Službeni glasnik.

Mikić, H., Radonjić-Živkov, E. 2021. *Privreda Paraćina: od mlina do savremene industrije*. Paraćin: Zavičajni muzej Paraćin.

Popović, R. 2012. *Avram Petronijević (1791–1852)*. Beograd: Freska.

Rajčetić, Z., Mitrović, V. 2017. *50 godina primenjenih umetnosti u Vojvodini*. Novi Sad: Udruženje likovnih umetnika primenjenih umetnosti i dizajnera Vojvodine.

Richards, G. 2016. „The challenge of creative tourism". *Ethnologies* 38(1–2): 31–45.

Rypkema, D., Mikić, H. 2016. *Cultural heritage & creative industries*. Belgrade: Creative Economy Group Foundation: Heritage Strategy International and University of Pennsylvania: Institute for the Protection of Cultural Monuments of Serbia – Belgrade.

Richards, G., Raymond, C. 2000. „Creative Tourism". *ATLAS News* 23: 16–20.

Rifkin, J. 2014. *Zero Marginal Cost Society*. New York: Palgrave.

UNESCO. 2007. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Paris: UNESCO.

Vujinović, A. 2002. „Staklo Kneževine i Kraljevine Srbije u zbirkama Istorijskog muzeja Srbije". U: Cvetković, B. (ur.) *Knjiga o staklu*: *zbornik radova sa simpozijuma „150 godina staklarstva u Srbiji"*, 87–96. Jagodina: Zavičajni muzej Jagodina.

Voshmgir, S. 2020. *Token Economy: How the Web3 reinvents the Internet*. Berlin: Token Kitchen.
Vujaklija, Lj. 1992. *Staklo: Iz zbirki Muzeja grada Novog Sada.* Novi Sad: Muzej grada Novog Sada.
Vuković, S. 2011. „Ekonomski uzroci razbijanja/raspada Jugoslavije". *Sociološki pregled* XLV(4): 477–504.

CREATIVE INDUSTRIES AND CULTURAL HERITAGE: CREATIVITY INSPIRED BY GLASSMAKING TRADITION

Abstract: *This paper presents an analysis of integration of creative industries in the processes of preservation and revitalisation of cultural heritage, using the example of glassmaking. The first part of the paper discusses the basic concepts of creative industries and their models of development driven by the changes in the socioeconomic environment. The second part of the paper presents a short history of the economic development of Paraćin and its glass industry, with special emphasis on glassmaking as an unwanted heritage, burden and obstacle to local development. The third part of the paper uses the project "Digital Glass Serbia" as a case study to illustrate the dimensions, possibilities and challenges of applying creative industries in the revitalisation and affirmation of cultural heritage.*

Keywords: *creative industries, cultural heritage, creative entrepreneurship, glassmaking, digitisation, Paraćin*